**Таряник Олена Михайлівна. Формування стратегії прідприємства на основі проіритетів розвитку : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Таряник О.М.**Формування стратегії підприємства на основі пріоритетів розвитку. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Українська державна академія залізничного транспорту, Харків, 2004.  Дисертацію присвячено теоретичному обґрунтуванню і практичному вирішенню актуального науково-практичного завдання формування стратегії підприємства на основі пріоритетів розвитку. Розроблено методику визначення інтегральних показників внутрішніх можливостей і сукупного впливу факторів зовнішнього середовища підприємства. Уточнено склад факторів для класифікації стратегій підприємства. Удосконалено методичний підхід до аналізу внутрішнього потенціалу діяльності підприємств.  Розроблено класифікацію стратегій підприємств за приналежністю їх стратегічних інтересів і можливостей до галузевого, регіонального або комбінованого типів. Удосконаленометодичний підхід до визначення факторів внутрішніх можливостей підприємства і його зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на вибір стратегічних пріоритетів. Удосконалено процес формування стратегії розвитку підприємства шляхом включення етапів аналізу стратегічних інтересів і можливостей підприємства і вибору його стратегічних пріоритетів. | |
| |  | | --- | | У дисертації розглянуті теоретичні основи і розроблені методичні рекомендації з удосконалення процесу формування стратегії підприємства на основі пріоритетів його розвитку. Основні висновки, отримані в результаті дослідження, полягають у наступному:   1. Удосконалено класифікацію стратегій підприємства на основі наступних ознак - продукт, ринок, етап життєвого циклу галузі, місце підприємства у галузі, лідерство у конкуренції, і виділено ієрархію рівнів стратегій, побудовану на підставі причинно-наслідкового і системного підходів до вирішення питання стратегічної орієнтації підприємства. Визначення ознак дозволило сформувати класифікацію стратегій підприємства в залежності від рівнів його функціонування. 2. Удосконалено методичний підхід до комплексного аналізу внутрішнього потенціалу підприємства шляхом доповнення існуючих відносних показників, їх систематизації і розподілу на групи: основні фінансові показники, показники характеристики структури продукції, основні трудові показники, показники характеристики капіталу, показники використання прибутку, показники дебіторської і кредиторської заборгованостей. Аналіз потенціалу дозволяє підприємствам визначати власні внутрішні можливості, здійснювати подальше формування пріоритетів розвитку. 3. Розроблено класифікацію підприємств за критеріями приналежності їх стратегічних інтересів і можливостей. У відповідності із запропонованою класифікацією їх можна поділити на підприємства із галузевими, регіональними і комбінованими інтересами і можливостями. До першої групи пропонується відносити підприємства, які займають позиції лідерів у відповідних галузях, випускають високоякісну і конкурентоспроможну продукцію, яка широко експортується. Підприємства другої групи працюють виключно на регіональному ринку збуту. До третьої групи потрапили підприємства, які поєднують ознаки як першого, так і другого типів. Така класифікація дає можливість підприємству в залежності від його стратегічних інтересів і можливостей визначитися із напрямком свого подальшого розвитку. 4. Запропоновано методичний підхід до визначення факторів внутрішніх можливостей і зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на вибір пріоритетів розвитку підприємства. Даний підхід базується на розрахунку тісноти зв‘язку між факторами і типом стратегічних інтересів і можливостей підприємства. Виявлені у роботі найбільш вагомі фактори є основою для визначення ступеню впливу зовнішнього середовища і широти внутрішніх можливостей підприємства. 5. Розроблено методику розрахунку інтегральних показників внутрішніх можливостей підприємства і сукупного впливу факторів зовнішнього середовища, яка базується на оцінках характеристик факторів та їх вагомості. Ця методика дозволяє позиціювати підприємства у матриці за значеннями їх інтегральних показників, що дає можливість визначити діапазон внутрішніх можливостей і ступінь впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства. 6. Удосконалено процес розробки і реалізації стратегії підприємства шляхом включення етапів аналізу його стратегічних інтересів і можливостей і вибору стратегічних пріоритетів, обумовлених станом внутрішнього потенціалу і впливом зовнішнього середовища. Внаслідок визначення взаємозв‘язку етапу вибору стратегічних пріоритетів з іншими етапами формування стратегії було запропоновано матрицю формування стратегії. Крім запропонованих, вона включає усі наступні етапи стратегічного планування і управління: складання конкретних стратегічних програм, прийняття бюджету фінансування стратегії, організацію діяльності підприємства у відповідності до його стратегічних пріоритетів, контроль за виконанням стратегії. | |